

BAB I

PENDAHULUAN

**KOMUNIKASI INTRAPERSONAL PEMIMPIN PERUSAHAAN
KEPADA KARYAWAN DI PT RISKA JAYA TUJUH TIGA
JATIWANGI MAJALENGKA**

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan berkomunikasi kita dapat melakukan hal apa saja termasuk berbisnis. Pada dasarnya komunikasi terbagi menjadi dua macam yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Dalam dunia bisnis komunikasi yang digunakan pun sama yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Walaupun bentuk komunikasinya berbeda tapi tujuannya tetap yaitu untuk penyampaian dan pengiriman pesan.

lingkungan bisnis, ada aneka sarana komunikasi perdagangan yang dapat dipergunakan para pengusaha untuk berkomunikasi dengan masyarakat konsumen. Sarana-sarana komunikasi perdagangan yang tersedia antara lain adalah dalam wujud pengiriman surat, pengiriman kawat, percakapan telpon, kunjungan pribadi, dan lain-lain.

Jenis-jenis sarana komunikasi perdagangan yang disebutkan tadi hanya sesuai bilamana dipergunakan dalam daerah pemasaran barang dan jasa yang ruang lingkupnya terbatas. Untuk berkomunikasi dalam suatu daerah pemasaran yang sangat luas, dimana calon konsumen kita jumlahnya beribu-ribu bahkan mungkin mencapai jutaan atau puluhan juta orang, kita memerlukan sarana komunikasi pemasaran khusus seperti periklanan. Karena periklanan dalam rangkaian usaha yang dilakukan setiap pengusaha merupakan suatu alat pemasaran yang bidang geraknya justru terletak dalam bidang komunikasi massa.

“Komunikasi adalah suatu aspek terpenting dan yang kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal atau yang tidak dikenal sama sekali” Stephen (dalam Morisson, 2013:1). Karena dengan berkomunikasi manusia dapat mengetahui keadaan setiap individu disekitarnya.

Setiap manusia selalu berupaya memahami setiap peristiwa yang terjadi dalam kesehariannya. Manusia selalu memberikan makna yang terjadi dalam dirinya sendiri atau lingkungan disekitarnya. Terkadang makna yang diberikan sangatlah jelas dan mudah untuk dipahami oleh manusia lain. Namun, terkadang makna itu tidak jelas dan sangat sulit untuk dipahami. Dengan komunikasi, maka setiap individu dapat memahami setiap makna yang terjadi dalam kehidupannya.

Manusia setiap hari melakukan komunikasi mulai dari lingkungan keluarga, di tempat bekerja bersama karyawan, di pasar, dan sebagainya. Sejalan hal tersebut komunikasi adalah suatu kebutuhan yang penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi interpersonal secara umum merupakan proses pertukaran informasi antar orang atau antar pribadi dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku. Sebagai suatu kebutuhan, komunikasi juga diperlukan organisasi untuk mendukung kelancaran aktivitas di dalam organisasi. Dalam proses komunikasi terdapat pihak yang menyampaikan pesan (komunikator) untuk menyampaikan pesan kepada penerima pesan (komunikan) dengan melalui media pesan. Komunikator umumnya mengharapkan adanya *feedback* atau umpan baik dari penerima pesan, sebagai tanda keberhasilan dalam berkomunikasi.

Komunikasi dalam literatur perilaku organisasi secara umum menyatakan bahwa proses komunikasi antar pribadi (interpersonal) memegang peran penting di mana proses komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak terletak dari persepsi individu yang

terlibat dalam proses komunikasi. Kesalahan persepsi dalam berkomunikasi dapat mempengaruhi proses komunikasi menjadi kurang efektif atau terjadi kegagalan berkomunikasi.

Persyaratan untuk keberhasilan komunikasi adalah mendapat perhatian. Jika pesan disampaikan tetapi penerima mengabaikannya, maka usaha komunikasi tersebut akan gagal. Keberhasilan komunikasi juga tergantung pada pemahaman pesan dan penerimaan. Jika penerima tidak mengerti pesan tersebut, maka tidaklah mungkin akan berhasil dalam memberikan informasi atau mempengaruhinya. Bahkan jika suatu pesan tidak dimengerti, penerima mungkin tidak meyakini bahwa informasinya benar, sekalipun komunikator benar-benar memberikan arti apa yang dikatakan.

Agar komunikasi dapat berjalan berjalan lancar, maka dibutuhkan keahlian dalam berkomunikasi (*communication skill*). Langkah awal yang tepat adalah memahami komunikasi Intrapersonal terlebih dahulu, yakni penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri dengan suatu subjek yang tidak nampak. Seorang individu menjadi pengirim sekaigus penerima pesan memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi Intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya. Hingga pada akhirnya, komunikasi boleh ditunjukan untuk memberikan informasi, menghibur, atau mempengaruhi (Deddy, 2013:6).

Dengan demikian kemampuan berkomunikasi merupakan suatu kemampuan yang paling dasar. Akan tetapi, dalam kehidupan sehari-hari kita sering mengalami perbedaan pendapat, ketidaknyamanan situasi atau bahkan terjadi konflik yang terbuka yang disebabkan adanya kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Tidak hanya itu saja, gejala dalam diri dan pikiran juga mempengaruhi kualitas interaksi individu dengan individu lainnya. Menghadapi situasi

seperti ini, manusia baru akan menyadari bahwa diperlukan pengetahuan mengenai bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan efektif yang harus dimiliki seorang manusia.

Setelah memahami komunikasi Interpersonal maka kita akan melakukan komunikasi dengan individu lainnya setelah memahami diri sendiri dan memulai peran kita sebagai “siapa” di dunia ini. dalam dunia profesional, kita akan menemui berbagai macam profesi yang akan dimainkan oleh seseorang yang memerankannya, sebut saja “aktor”. Hal tersebut terkait dengan kajian dramaturgi, yakni teori yang menggemukakan bahwa teater dan drama mempunyai makna yang sama dengan interaksi sosial dalam kehidupan manusia. Dimana dalam teori tersebut seseorang mempunyai sifat yang berbeda antara di depan panggung dan di belakang panggung, maksudnya apa yang dilakukan seseorang itu di depan masyarakat sebenarnya berbeda dengan apa yang dirasakan. Profesi yang akan kita bahas dalam penelitian ini adalah seorang pengusaha.

Jika membahas profesi pengusaha, maka juga akan berhubungan dengan bagaimana pengusaha tersebut berkomunikasi dengan konsumen dan karyawannya. Pengusaha merupakan orang yang melakukan aktivitas yang dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenai produk baru, menentukan cara produk baru, menyusun manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Uraian mengenai pengusaha maka kita akan mengacu kepada komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis merupakan sebuah proses pertukaran ide-ide atau opini, informasi, perintah dan sejenisnya, yang diutarakan baik secara personal ataupun tidak melalui tanda-tanda atau simbol tertentu demi mencapai tujuan-tujuan perusahaan tertentu (Rosenbalt).

Setiap perusahaan membutuhkan karyawan sebagai tenaga yang menjalankan setiap aktivitas yang ada dalam organisasi perusahaan. Karyawan merupakan aset terpenting yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap kesuksesan sebuah perusahaan. Tanpa mesin

canggih, perusahaan dapat terus beroperasi secara manual, akan tetapi tanpa karyawan, perusahaan tidak akan dapat berjalan sama sekali. Meskipun kata karyawan sering kita gunakan dalam kehidupan kita sehari-hari, atau bahkan kita sandang sebagai gelar kebanggaan kita, akan tetapi tidak sedikit diantara kita yang tidak mengetahui definisi ataupun pengertian karyawan yang sebenarnya.

Jika diartikan secara sederhana, karyawan dapat diartikan sebagai setiap orang yang memberikan jasa kepada perusahaan ataupun organisasi yang membutuhkan jasa tenaga kerja, yang mana dari jasa tersebut, karyawan akan mendapatkan balas jasa berupa gaji dan kompensasi-kompensasi lainnya.

Dari karakteristik tersebut dapat kita simpulkan bahwa pengusaha membutuhkan komunikasi yang baik dan benar untuk mencapai tujuannya. Salah satu daya tarik yang dapat dilihat dari pengusaha dalam berkomunikasi yaitu komunikasi interpersonalnya. Jika pengusaha tersebut memiliki komunikasi interpersonal yang baik maka relasi akan bermunculan untuk memperkuat usahanya tersebut.

Untuk itu, peneliti akan mengambil judul yang berhubungan dengan pengusaha yang berjudul **“KOMUNIKASI INTERPERSONAL PEMIMPIN PERUSAHAAN KEPADA KARYAWAN DI PT RISK A JAYA TUJUH TIGA JATIWANGI MAJALENGKA”** mengacu pada teori “Intrapersonal” mengacu pada teori “Dramaturgi”. Pada perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor (Deddy Mulyana, 2013:104).

Menarik untuk dibahas, bagaimana selama ini yang kita tahu bahwa pemimpin perusahaan selalu tegas, disiplin, tetapi dalam hal ini peneliti akan membahas sisi lain dari pemimpin perusahaan dibelakang panggung, apa yang ia rasakan harus di *handle* dengan

kemampuannya memainkan *gimmick* dan lain sebagainya, karena pendengar tidak harus mengetahui apa yang pemimpin perusahaan tersebut rasakan dan bagaimana cara pemimpin perusahaan tersebut untuk tetap mempertahankan kualitas dirinya dengan tidak mencapur panggung depan dengan panggung belakang saat menjalankan profesinya sebagai pemimpin perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan judul peneliti merumuskan judul sebagai berikut:

“Bagaimana Studi Komunikasi Interpersonal Antara Pemimpin Perusahaan Dengan Karyawan Di PT Riska Jaya Tujuh Tiga Jatiwangi Majalengka”

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang dapat peneliti rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara pemimpin perusahaan melakukan komunikasi interpersonal dengan karyawannya?
2. Bagaimana cara komunikasi interpersonal pemimpin perusahaan jika karyawan melakukan kesalahan?
3. Bagaimana cara pemimpin perusahaan berkomunikasi interpersonal saat karyawan memberikan hal positif terhadap perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan fokus peneliti, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui cara komunikasi interpersonal pemimpin perusahaan melakukan komunikasi dengan karyawannya.
2. Untuk mengetahui cara komunikasi interpersonal pemimpin perusahaan jika karyawan melakukan kesalahan.
3. Untuk mengetahui cara pemimpin perusahaan berkomunikasi saat karyawan memberikan hal positif terhadap perusahaan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi bahan analisis untuk mengembangkan kajian ilmiah yang berhubungan dengan masalah penelitian tentang Ilmu Komunikasi secara umum dan khususnya komunikasi interpersonal.
2. Secara praktis, penelitian ini berguna sebagai aplikasi ilmu komunikasi melalui kajian Interpersonal yang dimiliki oleh pemimpin dan kajian tentang gaya komunikasi penyampaian informasi sebagai bentuk presentasi diri seorang pemimpin.

1.6 Kerangka Pemikiran

6.1 Pendekatan dan Teori Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau disebut juga dengan komunikasi antar personal atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu untuk saling bertukar gagasan ataupun pemikiran kepada individu lainnya. Atau dengan kata lain, komunikasi interpersonal adalah salah satu konteks komunikasi dimana setiap individu mengkomunikasikan perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya secara tatap muka kepada individu lainnya.

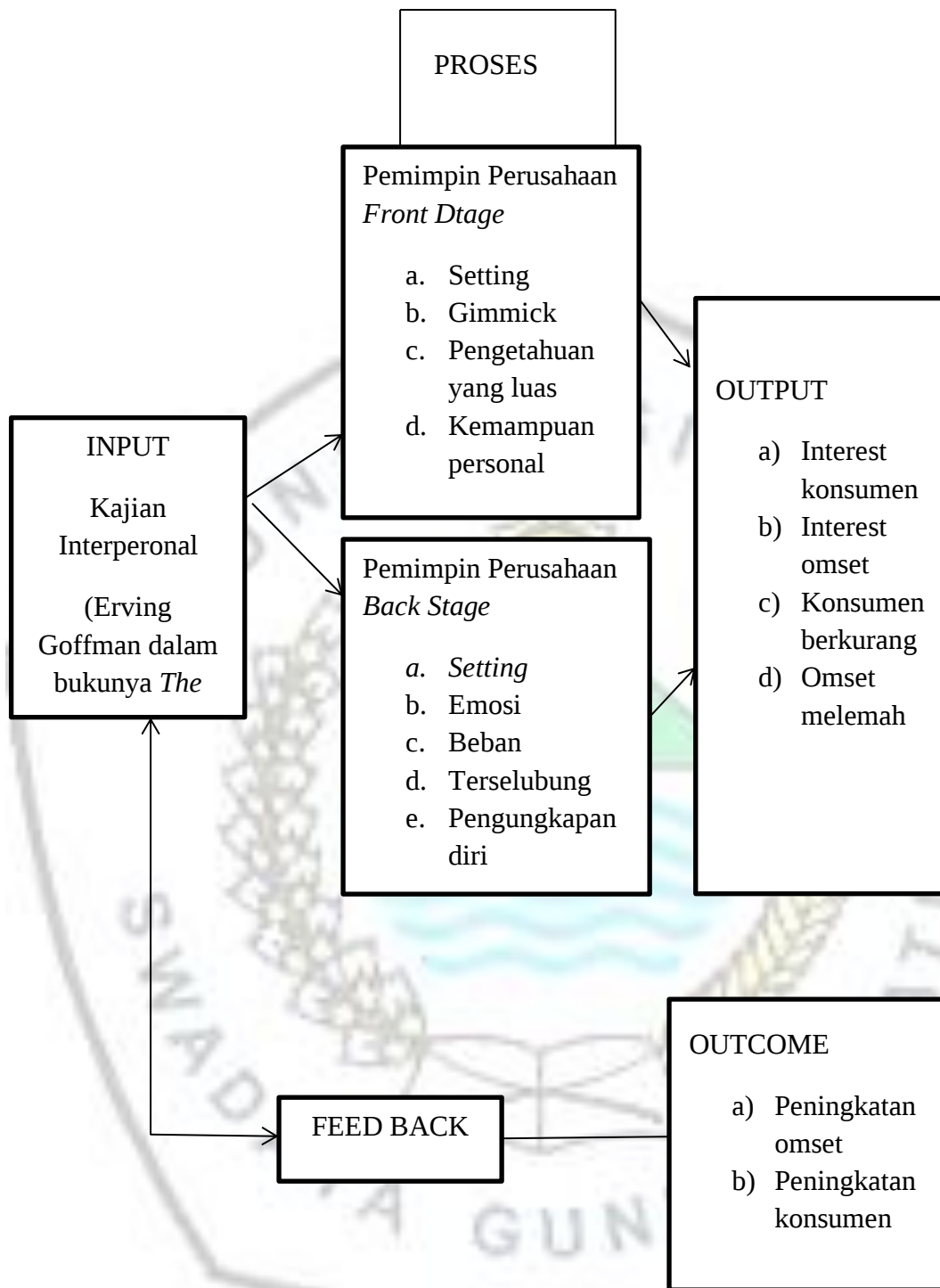
Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan apa ekspresi wajah yang diberikan.

Situasi atau setting dalam kehidupan sehari-hari dapat diumpamakan sebagai panggung pertunjukan dan manusia adalah para aktor yang menggunakan pertunjukan drama itu untuk menggunakan pertunjukan drama itu memberikan kesan kepada para penonton (Morison, 2013:81). Sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia yaitu bagaimana seseorang memilih sendiri peran yang diinginkannya (dalam penelitian ini pada profesi pemimpin perusahaan). Melalui buku-bukunya Goffman menunjukkan betapa rentannya citra diri seseorang dalam kehidupan sehari-hari, bahkan terhadap isyarat-isyarat atau ritual-ritual kecil. Setiap pertemuan berisiko, dalam arti pemaknaan yang merusak dapat berlangsung, baik disengaja ataupun secara kebetulan (Deddy Mulyana, 2013:104). Diri sebagai produk interaksi antarpribadi itulah, alih-alih sebagai pemilik sang aktor, yang dianalisis Goffman. Karena merupakan produk interaksi dramatik, diri bersifat rentan terhadap gangguan selama

pertunjukan. Pendekatan Interpersonal berkaitan dengan proses tentang bagaimana gangguan-gangguan itu diatasi.

Mengacu pada teori ini ala Goffman: presentasi-diri, bahwa bagi Goffman, individu tidak sekedar mengambil peran orang lain, melainkan bergantung pada orang lain untuk melengkapi citra-diri tersebut. Diri dari Goffman jelas bersifat temporer dalam arti bahwa diri tersebut brjangka pendek, bermain peran karena selalu dituntut oleh peran-peran sosial yang berlainan yang interaksinya dengan masyarakat berlangsung dalam episode-episode pendek. Orang lain dalam interaksi itulah yang turut mengisi dan terkadang membentuk gambaran-diri melalui perlakuan mereka terhadap individu (Deddy Mulyana, 2013:110).

Goffman juga membagi menjadi dua, yakni panggung depan dan belakang. Panggung depan dibagi lagi menjadi dua, yakni *personal front* dan *setting*, yang diartikan sebagai situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan. Sedangkan tanpa *setting*, aktor tidak dapat melakukan pertunjukan.



Gambar 1

Kerangka Berpikir

7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

7.1 Definisi Konsep Penelitian

Definisi oprasional dari masing-masing adalah sebagai berikut:

a. Pendekatan Dramaturgi

Sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia yaitu bagaimana seseorang memilih sendiri peran yang diinginkannya (dalam penelitian ini pada profesi pemimpin perusahaan).

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran diatas panggung sandiwara dihadapan khalayak penonton. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya diwilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan (Deddy, 2013:114).

b. Profesi Pemimpin Perusahaan

Pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kewibawaan dan kekuasaan untuk menggerakan orang lain melalukan usaha bersama guna mencapai sasaran tertentu. Sedangkan Kouzes menjelaskan bahwa pemimpin adalah pionir sebagai orang yang bersedia melangkah kedalam situasi yang tidak diketahui, pemimpin yang mempunyai visi yang jelas dapat menjadi panutan

dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai pemimpin. Lain lagi dengan Rukmana yang mendefinisikan pemimpin sebagai orang yang melakukan atau menjalankan kepemimpinan *leadership* sedangkan pimpinan adalah mencerminkan kedudukan seseorang atau kelompok orang pada hierarki tertentu dalam suatu birrasi formal maupun informal (definisi.blogspot.com).

c. Karyawan

Karyawan adalah orang penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu (Hasibuan, dalam Manulang, 2002). Karyawan adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-65 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut (Subri, dalam Manulang, 2002).

d. Wirausaha

Wirausaha adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak. Tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Achmad Sanusi, 1994). Wirausaha mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan (Frank Knight, 1921).

e. Produk Barang

Produk barang adalah alat kebutuhan manusia yang berwujud dapat dilihat dan juga diraba. Adapun juga mengenai jasa adalah alat kebutuhan manusia yang tidak berwujud atau dapat dikatakan abstrak. Keduanya, baik barang maupun jasa merupakan alat atau sarana dalam kebutuhan manusia. Produk berwujud

fisik sehingga dapat bisa dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan perlakuan fisik lainnya (Fandy Tjiptono, 1999:98).

f. Produk Genteng

Genteng merupakan salah satu jenis penutup atap rumah yang paling umum digunakan di Indonesia. Genteng seperti penutup atap lainnya berfungsi sebagai pelindung dari panas dan hujan. Selain itu tampilan genteng menjadi hal yang penting dalam membantu penampilan aksesoris sebuah rumah. Dengan mengetahui jenis genteng beserta kelebihan dan kekurangannya, diharapkan dapat memilih genteng yang tepat untuk rumah. Pemilihan jenis dan warna genteng yang tepat tentunya akan menambah estetika rumah tersebut (ducotile.com).

g. PT Riska Jaya Tujuh Tiga

PT Riska Jaya Tujuh Tiga merupakan salah satu perusahaan genteng yang berada di Desa Leuweng Pendey Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat yang sudah memasarkannya ke berbagai daerah yang berada di Indonesia seperti JABODETABEK, Jawa, Lombok dan lain sebagainya. Genteng yang diproduksi oleh PT Riska Jaya Tujuh Tiga bahan bakunya terbuat dari tanah liat dan memproduksi tiga jenis buah genteng, seperti genteng morando natural, genteng morando glazur transparan dan genteng morando glazur bron (Riska Andriyani, 2019).

7.2 Operasionalisasi Konsep penelitian

Tabel 1

Operasionalisasi Konsep Variabel

Aspek Kajian	Dimensi	Parameter
Pendekatan Dramaturgis (Erving Goffman) (Deddy, 2013:103)	a. Panggung Depan	A) <i>Setting</i> (lokasi atau tempat pemimpin memainkan peran saat di panggung depan (<i>on air</i>)) B) <i>Gimmick</i> (trik pemimpin menarik perhatian konsumen yang termasuk trik pemasaran) C) Pengetahuan yang luas D) Kemampuan personal (kepekaan, percaya diri, konsentrasi, rasa ingin tahu, <i>sense of humor</i>)
	b. Panggung Belakang	A) <i>Setting</i> (tempat pemimpin memainkan peran saat di panggung depan) B) Emosi (perasaan intens yang ditunjukkan kepada seseorang atau suatu yang

		memiliki penyebab)
		C) Beban terselubung (masalah keluarga atau diluar itu yang sedikit banyak mengganggu produktivits dalam memainkan profesi sebagai pemimpin)
		D) Pengungkapan “diri” saat dibelakang panggung (kehidupan dibelakang panggung)

8 Metode Penelitian

8.1 Metode Penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian deskriptip kualitatif. Metode adalah prosedur atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu. Kemudian ada satu istilah lain yang erat kaitannya dengan dua istilah ini, yakni teknik yaitu cara yang spesifik dalam memecahkan masalah tertentu yang ditemukan dalam melaksanakan prosedur. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bog dan Taylor yang terdapat dalam buku Moleong (2007;4) menyatakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati.

Pada objek penelitian, peneliti akan menggunakan studi deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan tentang karakteristik, ciri-ciri individu, situasi kelompok tertentu, tujuannya untuk menjelaskan variabel dan

fenomena-fenomena yang terjadi ketika peneliti sudah berlangsung, dan menyajikan melalui pengumpulan data dan kemudian menggambarannya dengan memberi penjelasan lebih rinci terkait dengan permasalahannya diajukan.

8.2 Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Informan yang menjadi hal terpenting dalam penelitian ini yakni orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Teknik yang dipilih peneliti adalah teknik *purposive*, ditunjukan untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber untuk merinci kekhususan yang ada ke dalam ramuan konteks yang unik. Dimana peneliti memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercayai untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalahnya secara mendalam (Sutopo, 1988:22).

Berikut Informan dalam penelitian beserta pendukung lainnya yakni:

a. Pemimpin Perusahaan

Pemimpin perusahaan PT Riska Jaya Tujuh Tiga adalah Hj Yeyet Kusmiati. Beliau mendirikan perusahaan tersebut tahun 1999 bersama suaminya yaitu almarhum H AtoYudianto. Selain usaha genteng H Yeyet juga mempunyai usaha lain yaitu ekspedisi transportasi dalam bidang mobil fuso untuk mengangkut bahan pokok.

b. Karyawan

Karyawan yang bekerja di PT Riska Jaya Tujuh Tiga sebanyak 74 orang terdiri dari sekretaris, keuangan, pemasaran, mandor, supir, kenek, pengangkut genteng, penggiling tanah, pemotong genteng, pembentukan genteng,

pengecat genteng, membakar genteng, pemotong kayu. Karyawan yang akan wawancara sebanyak 3 orang.

8.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap penelitian ini akan diperoleh data yang valid dan bisa dipertanggungjawabkan, maka data diperoleh melalui:

1. Studi Pustaka

Kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertai, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain.

2. Wawancara

Wawancara sebagai upaya mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada informan. Tanpa wawancara, peneliti akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan bertanya langsung. Adapun wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur atau wawancara secara mendalam. Adapun dalam pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara bersama pemimpin perusahaan.

3. Observasi

Aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dan sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

4. Dokumentasi

Sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan atau tulisan, wasiat, buku, undang-undang.

8.4 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul akan diolah dan pengolahan data akan dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Artinya, yaitu untuk menarik kesimpulan yang mantap, diperlukan tidak hanya satu cara pandang, dari beberapa cara pandang tersebut yang akan bisa dipertimbangkan beragam fenomena yang muncul, dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan yang lebih mantap dan lebih bisa diterima kebenarannya. Triangulasi dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda (Nasution, 2003:115).

Pada penelitian ini, untuk menguji kredibilitas data pemanfaatan sumber seperti buku yang sudah ada, maka data yang diperoleh diujikan kepada pustaka yang merupakan subyek dari penelitian serta disesuaikan dengan teori-teori yang ada.

8.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian deskriptif ini, teknik yang digunakan adalah model Miles dan Huberman dalam buku “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Moleong, 2002:248), dimana dijelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu:

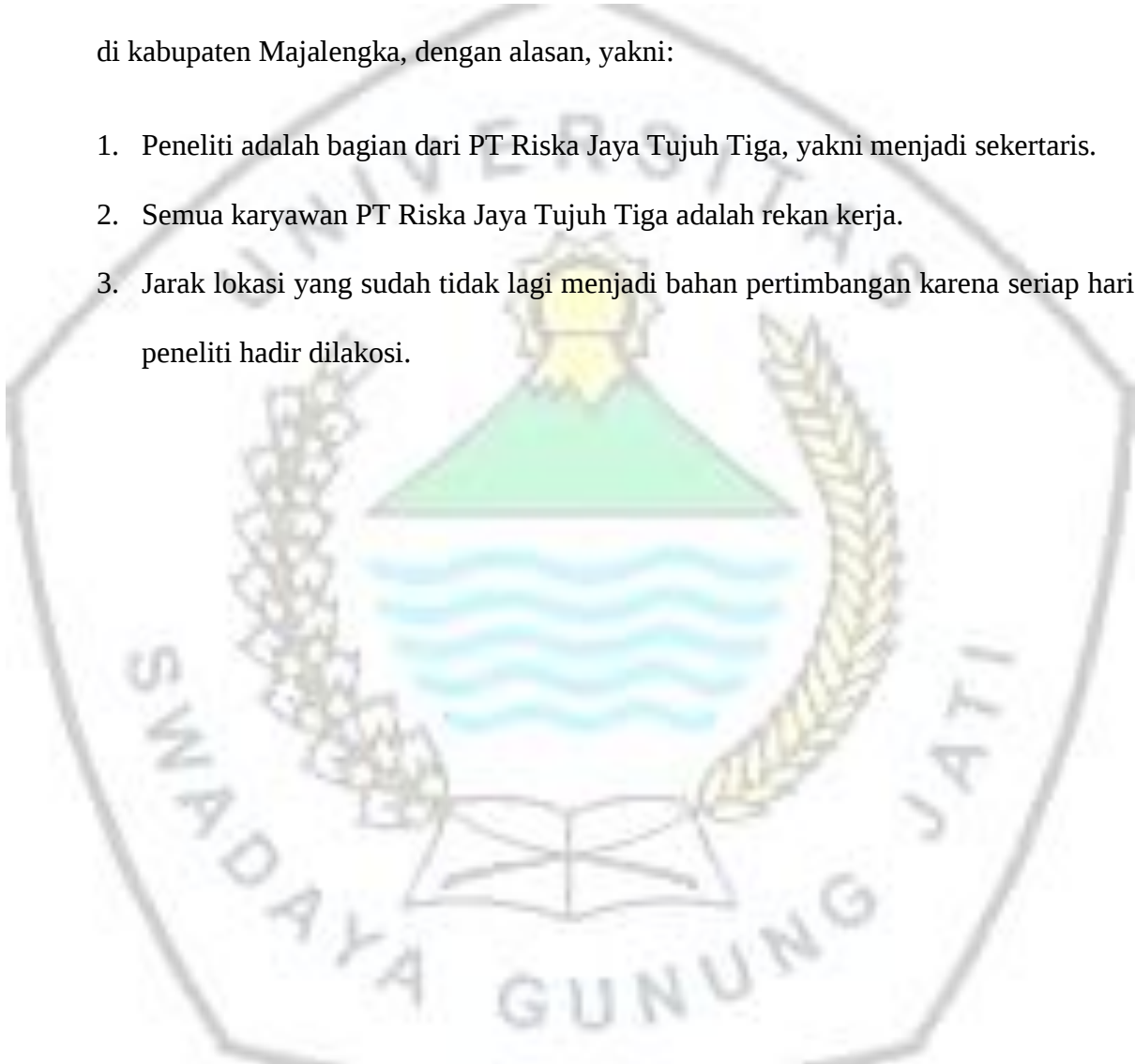
1. Penyajian data, dalam penyajian data ini seluruh data-data lapangan yang berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, akan dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang gaya penyampaian informasi bentuk presentasi diri dari pendekatan Goffman tentang Dramaturgi.
2. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang pas pada penyajian data. Melalui informasi tersebut, peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang penelitian untuk lebih mempertegas penulisan skripsi ini.
3. Reduksi data, merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Perlu segera melakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2012:247).

9 Lokasi Penelitian dan Rencana Jadwal Penelitian

9.1 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian atau *research* diperlukan suatu tempat atau lokasi penelitian untuk memperoleh data yang mendukung tercapainya tujuan penelitian. Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah PT Riska Jaya Tujuh Tiga yang terletak di kabupaten Majalengka, dengan alasan, yakni:

1. Peneliti adalah bagian dari PT Riska Jaya Tujuh Tiga, yakni menjadi sekretaris.
2. Semua karyawan PT Riska Jaya Tujuh Tiga adalah rekan kerja.
3. Jarak lokasi yang sudah tidak lagi menjadi bahan pertimbangan karena setiap hari peneliti hadir dilokasi.



Tabel 4

Tabel 4

Jadwal Penelitian

[illegible]

	1. Seminar Skripsi																		
	2. Sidang Skripsi																		

MATRIKS PENELITIAN

No	Nama / Tahun/ Lembaga	Tema	Perbedaan	Persamaan
1	Suteja / 2010 / IAIN syekh Nurjati Cirebon	Konsep Diri Peziarah Kubur Makam Sunan Gunung Jati Cirebon	Peneliti tersebut mengambil perah penziarah sebagai objek penelitian	Menggunakan studi dramaturgi Erving Goffman
2	Elfrida Grace / 2008 / USU	Ayam Kampus Kota Medan dengan Analisis Teori Dramaturgi (Studi Kasus pada Mahasiswa "Ayam	Pada penelitian ini, peran yang diteliti adalah mahasiswa yang menjadi "ayam kampus"	Menggunakan dramaturgi Erving Goffman

		Kampus” di Kota Medan)		
3	Leidena Sekar Negeri / 2013 / UNDIP	Dramaturgi Kepemimpin an Perempuan dalam Organisasi Profit	Pada penelitian ini, peran yang diteliti adalah sosok perempuan sebagai pemimpin	Menggunakan studi dramaturgi Erving Goffman

